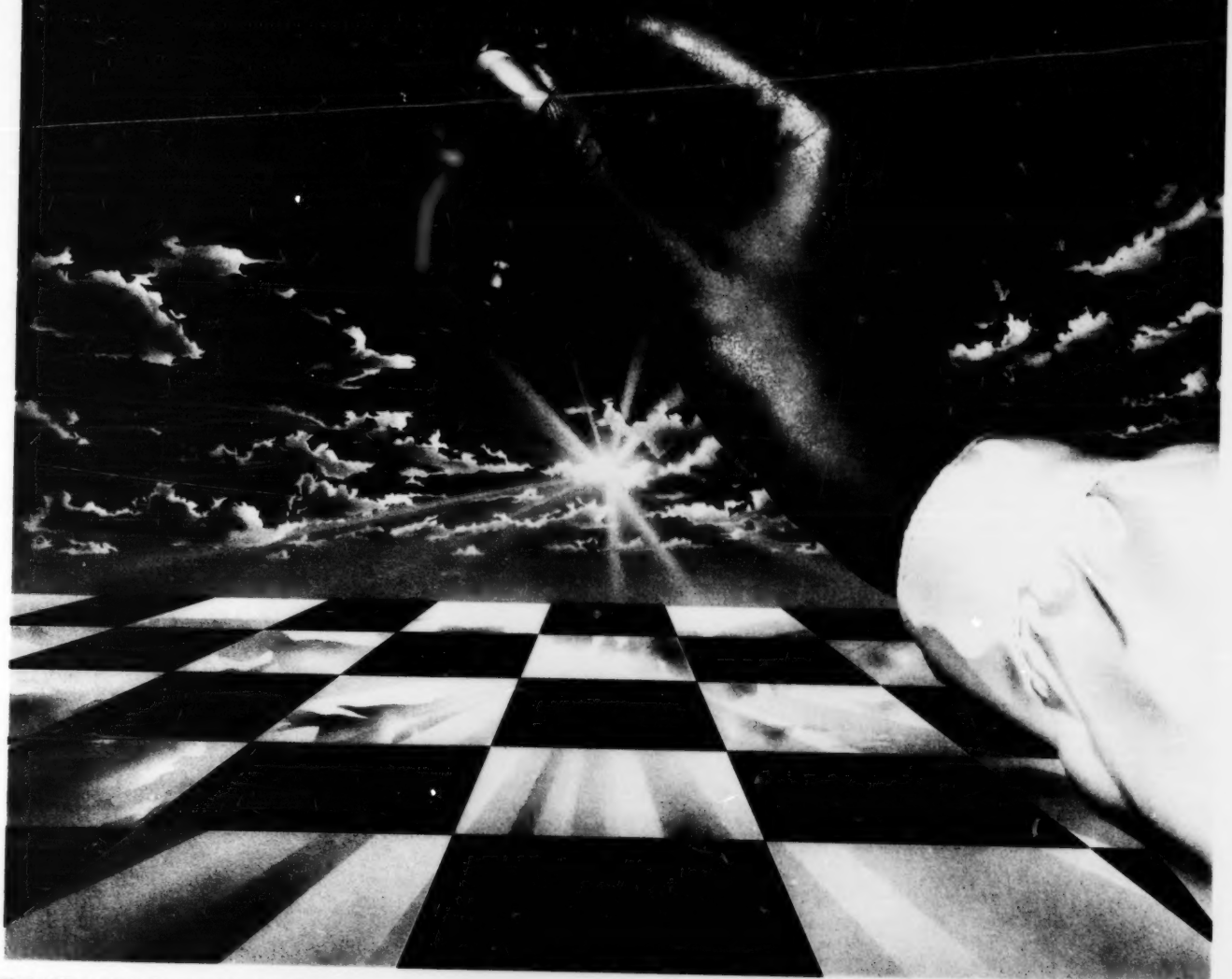
BUSINESS OWNERSHIP FOR WOMEN

REPORT 1986-1987



ONTARIO MINISTRY OF INDUSTRY, TRADE AND TECHNOLOGY

88-01243/

The Business Ownership for Women (BOW) program was announced in London, Ontario, in September, 1985, by the Hon. Hugh P. O'Neil, Minister of Industry, Trade and Technology, and the Hon. Ian Scott, Minister Responsible for Women's Issues. Its development was a co-operative effort between the Small Business Branch of the Ministry of Industry, Trade and Technology (MITT) and the Ontario Women's Directorate.

The BOW program has been designed to highlight entrepreneurship as a career path for women seeking alternatives to traditional employment and to support the growth of small businesses owned by women. Between September, 1985, and December, 1986, five major conferences and 21 evening seminars were held throughout Ontario, attracting a total audience of about 3,500 women. Of these attendees, an estimated 400 have gone on to start their own small businesses.

In co-operation with the
Ontario Women's Directorate

MINISTRY OF INDUSTRY,
TRADE AND
TECHNOLOGY

Province of Ontario
Queen's Park
Toronto, Canada
M7A 2E1

DEVELOPING BUSINESS OWNERSHIP FOR WOMEN

Societal and educational patterning have tended to restrict the employment options available to women. In addition, recent technological advancements and adverse economic conditions have resulted in fewer jobs being available in the traditional areas of employment. In 1984, the Ontario's Women's Directorate and MITT's Small Business Branch established common ground in recognizing an opportunity to break traditional employment patterns and offer access to business ownership as a realistic career alternative for women.

Surveys of new business registrants at the Ministry of Consumer and Commercial Relations in 1984 indicated that women as a distinct group registered only 23 percent of new businesses. Further analysis of the survey data showed that a large share of women entrepreneurs limited their operations to "self-employment" and were hesitant and unsure of how to turn their entrepreneurial talent into a business owner's role. Of all the registrants surveyed, only 6.7 percent were women intending to hire employees. It was clear that there was a need to both increase the number of women starting small businesses and encourage women to expand their businesses from self-employment to employing other people.

At the time, there were many educational programs for potential and existing business owners. Traditional public- and private-sector programs, however, were oriented toward male audiences. Evidence indicated that existing program environments were perceived as intimidating to some women and that they did not address the individual realities faced by all women considering business ownership.

In reviewing Small Business Branch programs during 1984, it became apparent that increasing the participation of women in business ownership would offer them an opportunity to improve their economic status as well as strengthen the small business sector. At the same time, the Ontario Women's Directorate was examining all provincial government programs for potential initiatives that would reduce women's dependence on traditional areas of employment.

On the basis of this research, the Ontario Women's Directorate identified the need for a unique program of assistance to women either established as business owners or considering business start-up. The Ministry of Industry, Trade and Technology undertook responsibility for developing the strategy and implementation of the program.

STRATEGY

To develop a program strategy, an informal but intensive series of meetings was held with women from outside the government — representatives of women's associations, consultants to small business, and entrepreneurs. This consultation identified appropriate roles for government action. A number of ideas came to the forefront:

- The consensus was that special government handouts would only isolate women entrepreneurs from the mainstream.
- There was recognition of the importance of the government's role as a provider of information and a catalyst in bringing owners and expert advisors together.
- There was a suggestion that the government should look at working with women's organizations to deliver mutual support and practical business training to women business owners.
- There could be a role for the government in facilitating better venture-capital vehicles, especially for non-manufacturing businesses.
- There was a perception by many women of a negative attitude by bankers and technical contacts, such as equipment suppliers, toward their venture.
- Few young women had the business owner role in view as a possible career path.

ACTION PLAN

As a result of these consultations, the Business Ownership for Women program was implemented, with four key components.

1. Business Ownership for Women Conferences

A series of BOW conferences was organized in selected Ontario communities. These had several purposes: to draw attention to entrepreneurship as a career alternative for women, provide unique educational opportunities in business management, and establish local organizations dedicated to women entrepreneurs or support organizations already established.

Premier David Peterson was a keynote speaker at the Business Ownership for Women Conference '86 in Toronto. His encouraging remarks about the potential for women entrepreneurs in the Ontario economy were enthusiastically received.

To support these conferences, a Conference Incentive Fund was established and proposals were solicited from local groups in London, Ottawa, Sudbury, Thunder Bay, and Toronto. Successful applicants were selected on the basis of proposals for conferences that would:

- provide a variety of "hands-on," practical workshops in business-skills training;
- target audiences of women considering business ownership or at the entry level of ownership — having owned their businesses for less than one year — as well as experienced business owners;
- provide networking opportunities for potential and current women business owners;
- attract an audience from a wide regional base;
- increase community awareness of the participation of women business owners in the economy;
- generate revenues from registration fees and/or corporate sponsors for use in ongoing activities.

2. Specialized Seminars

A series of province-wide BOW Starting a Small Business seminars was designed to focus on some of the special concerns women have as well as the critical elements common to all those starting a new business.

For each of the free evening seminars, a local co-sponsor would be sought — preferably a women's organization with an interest in entrepreneurship for women, the Chamber of Commerce, or the public library. Involvement of the co-sponsor would introduce women to the availability of local resources.

Women consultants and business owners would be contracted to present the main body of the seminar, followed by local women entrepreneurs volunteering their personal experiences in business. After the presentations, a question-and-answer session would be held, with a panel of the guest speakers, ministry and local co-sponsor representatives. By the end of the evening, participants would have:

- been offered advice and direction on developing a business plan, researching their market, using professionals, and approaching lenders;
- listened to enthusiastic and encouraging role models who understand a potential woman entrepreneur's fears and aspirations;
- learned what government services are available to small business owners;
- been introduced to a local business-oriented group that might assist with information and networking;
- been given MITT publications of interest to a potential small business owner.

The seminars would be promoted throughout a community by means of posters, brochures, media coverage, and the efforts of the local co-sponsor.

3. Increased Profile of Women's Entrepreneurship

The reason for defining this as a separate component of the program is that it is vital to have community awareness as well as self-awareness of entrepreneurship as a career path.

Without going the route of a full-blown paid advertising campaign, a multifaceted approach was developed. Internally, a number of things were done, such as ensuring that:

- Small Business Branch publications were using non-sexist language and both men's and women's experiences as examples;
- women entrepreneurs were included in the "Open Doors" program operated by the Ontario Women's Directorate, whereby women in non-traditional fields visit schools for career-day activities for grades 7 and 8;
- all staff of the 18 Ministry of Industry, Trade and Technology field offices were aware of the goals of the BOW program and sensitized to the needs of women entrepreneurs in their areas.

Sydney Patterson is the owner of Jabberwocky in Kingston. She attended a Business Ownership for Women evening seminar in March '86 with her business plans at a preliminary stage. With Ministry guidance plus a lot of personal research and planning, she now owns this unique gift and craft shop.

A poster and a brochure were developed to broadly publicize the seminar and conference activities in the various communities throughout the province, and BOW booths were displayed at appropriate trade shows where possible, to increase awareness of the program and its goals.

The program's message was also spread by ministry staff participating in media interviews, conference activities, panel discussions, and other community-based activities.

4. Data Base of Women Entrepreneurs

There was little research information available on women entrepreneurs, so all the participants in each Business Ownership for Women activity were asked to fill out a ministry form, making it possible to develop a data base.

RESULTS OF YEAR ONE

Business Ownership for Women Conferences

In each of five Ontario cities a women's organization hosted a major Business Ownership for Women Conference for women entrepreneurs. A total of 1,500 would-be and experienced entrepreneurs shared the excitement of these events.

The conferences provided women with a comfortable environment in which to ask questions, make business and personal contacts, and be exposed to high-profile keynote speakers who taught, motivated, and entertained.

Among the speakers were:

- Marilyn Brooks, one of Canada's top designers;
- Dian Cohen, president of Cohen, Couture Associates, an economic communications consulting firm;
- George A. Cohon, president and chief executive officer of McDonald's Restaurants of Canada Limited;
- The Hon. Judy Erola, former federal member of parliament and cabinet minister in a number of portfolios;
- Karen Fraser, president of Women Like Me, which publishes The Women's Business and Networking Directory;
- Linda Lundstrom, president of Linda Lundstrom Ltd., a fashion design and manufacturing firm;
- Marnie Keith-Murray, consultant with Gerry Baker and Associates Ltd. and an authority on networking in Canada;
- Alasdair McKichan, president of the Retail Council of Canada;
- Suzanne Slattery, an educator and seminar leader for corporate, government, and health-care organizations;
- Harold Taylor, president of the Time Management Consultants Inc.

City	*Host Organization*	*Registered Attendance*	*Registration Fees*
London	Women's Initiatives for Successful Entrepreneurship	153	Full conference $80
Sudbury	Women Entrepreneurs' Committee, a sub-committee of the Sudbury Business and Professional Women's Club	153	Full conference $80
Ottawa	Women's Business Network Association of Ottawa	398	Full conference $80 Dinner event only $50
Thunder Bay	Women Business Owners Organization of Northwestern Ontario	98	Full conference $65
Toronto	Canadian Association of Women Executives and Entrepreneurs	607	Full conference $125 Day one only $60 Day two only $90

Marjorie Agnew and Beth Royle are co-owners of The Main Course in North Toronto. They attended the Business Ownership for Women Conference '86 in Toronto. They valued the opportunity to learn and share experiences with other successful women entrepreneurs at this event.

The premier of Ontario, the minister of Industry, Trade and Technology, the minister Responsible for Women's Issues, and a number of their colleagues also participated.

The success of these events was not only determined by the amount of revenues generated for local organizations; the comments of participants themselves are revealing.

"We (small business owners) work so hard and sometimes receive no return for all our effort. A meeting with our peers and an opportunity to share similar problems and ideas sometimes produces the solutions needed and most certainly brings a fresh breeze home with us to rejuvenate and reinforce our efforts."

— Sudbury Conference participant

"The speakers were inspiring, the workshops were informative, and the organization of the entire conference was very well planned and appreciated."

— London Conference participant

"As a result of networking among other business owners, (I) was able to follow up and fulfill five contracts."

— Ottawa Conference participant

"Excellently organized — very educational — good cross section of subjects."

— Toronto Conference participant

As well as the immediate benefits that the conferences provided to the participants, there were additional results that should not be overlooked. An active, cohesive group of women was formed or strengthened in each case while organizing the event. In addition, the people attending the conferences showed an enthusiasm for participating in further events. Their responses to questionnaires were evaluated, making it possible to determine specific activities and services they would be interested in as a follow-up to the conferences.

Some of the activities organized as a direct result of the conferences were the following:

- A series of one-day seminars for the small business owner was held in London, dealing with marketing, finance and accounting, and developing the business plan.
- A conference in Sudbury, called "Never Follow the Crowd," focussed on the secret to successful marketing, selling and motivation.
- In Ottawa, a seminar on human resource management, titled "Marketing People Power," was offered.
- Evening seminars in locations in the northwestern region of Ontario have been held for potential women business owners.
- In Toronto, a regular newsletter is produced featuring articles on people, events, issues and information for women executives and entrepreneurs.

Business Ownership for Women Seminars — Starting a Small Business

Almost 2,000 women participated in the first series of 21 seminars, the first in Sarnia on October 28, 1985, and the final one in Waterloo on December 2, 1986.

Four main categories of people usually attended. In the first category were women who had been considering starting a business and were seeking advice on how to go about researching and preparing a business plan. Also attending were women who were just about to start and were looking for last-minute advice as well as business contacts. The third group was made up of women who had already begun their operation and wanted to confirm their ideas and research and explore new horizons. The final, very small group consisted of men — who were there for any of the reasons already mentioned or were accompanying their potential business partners.

The local women entrepreneurs who made presentations at the seminars were not usually polished speakers, but they were invariably enthusiastic motivators who had a tremendous rapport with the audience. They were generous with their advice and support for women entrepreneurs.

The local media showed a great deal of interest in the seminars. Frequently, following a seminar, articles appeared highlighting the entrepreneurial interest of women in the community.

Michelle Trudeau is the franchise owner of The Frame Maker, North Bay. She attended the Business Ownership for Women Conference '86 in Sudbury, shared ideas with her peers and returned to her business "feeling rejuvenated".

A LOOK AT YEAR TWO

Year two of the Business Ownership for Women program activities has been structured to ensure continuing support for the high level of services, activities, interest and awareness generated by the original series of events. In addition, events have been organized for areas of the province not touched in the program's first year of operation.

To expand the program's geographic coverage, the Ministry of Industry, Trade and Technology co-sponsored conferences in two communities in 1987. One, held in Kingston on April 23 and 24, was sponsored by the Limestone Club Business and Professional Communicators, with 196 people attending. The other conference took place in Sault Ste. Marie on May 22, 23 and 24, with an attendance of 160. The sponsor was Women on the Move—Algoma Networking, Inc. In addition, the BOW seminar series has been expanded to ensure that more women throughout Ontario can access the program.

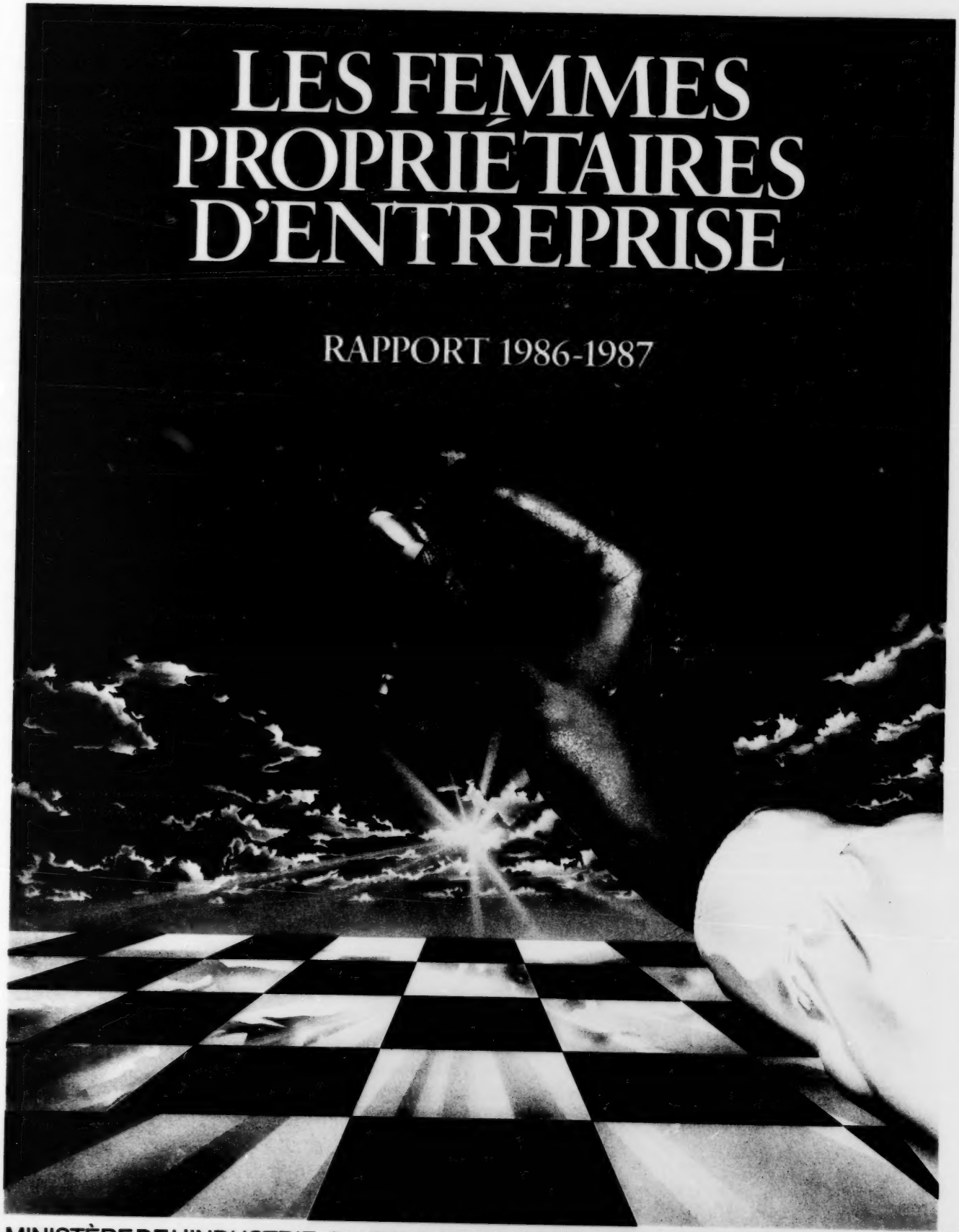
With seven organizations now affiliated with the BOW program, an important new element is the bonding of this Ontario-wide network; this aspect is being explored and developed in our second year.

As the program affiliates and activities expand, so does MITT's data base of women entrepreneurs in Ontario, providing a reliable source of information. Using this data base, the ministry intends to develop and conduct a survey to explore attitudes, issues and resource needs of women entrepreneurs during this phase of the program.

From its inception, the goal of the BOW program has been to enhance the opportunities and economic growth of women business owners. The future focus of the program is to refine, rather than change, the role the ministry will play in minimizing the risks and maximizing the rewards of business ownership for women.

LES FEMMES PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISE

RAPPORT 1986-1987



MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE, DU COMMERCE ET DE LA TECHNOLOGIE DE L'ONTARIO

C'est en septembre 1985, à London (Ontario), que le ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, l'honorable Hugh P. O'Neil, et le ministre délégué à la Condition féminine, l'honorable Ian Scott, ont annoncé le programme pour les femmes propriétaires d'entreprise (FPE) dont la création est le fruit de la collaboration de la Direction des petites entreprises du ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie et de la Direction générale de la condition féminine de l'Ontario.

L'objet de ce programme est de promouvoir la carrière de chef d'entreprise auprès de celles qui cherchent à s'engager dans d'autres professions que celles occupées traditionnellement par les femmes. De septembre 1985 à décembre 1986, cinq grandes conférences et 21 séminaires en soirée se sont tenus en Ontario et ont attiré au total environ 3 500 femmes; quelques 400 d'entre elles ont par la suite monté leur propre entreprise.

En collaboration avec
la Direction générale de la
condition féminine de l'Ontario

MINISTÈRE DE L'INDUSTRIE,
DU COMMERCE ET
DE LA TECHNOLOGIE

Province de l'Ontario
Queen's Park
Toronto (Canada)
M7A 2E1

ENCOURAGER LES FEMMES À DEVENIR PROPRIÉTAIRES D'ENTREPRISE

Jusqu'à présent, la structure sociale et l'éducation ont eu tendance à limiter les carrières ouvertes aux femmes. De plus, les progrès techniques et la conjoncture économique défavorable des dernières années ont entraîné une réduction des emplois dans les secteurs traditionnels. En 1984, la Direction générale de la condition féminine et la Direction des petites entreprises du ministère ont toutes les deux reconnu qu'il fallait saisir l'occasion qui se présentait de briser les structures traditionnelles du marché du travail et d'offrir aux femmes la possibilité réaliste de faire carrière comme chef d'entreprise.

Les études menées sur les nouveaux entrepreneurs qui se sont inscrits en 1984 auprès du ministère de la Consommation et du Commerce ont révélé que les entreprises créées par des femmes, en tant que groupe distinct, ne représentaient que 23 pour 100 du total. L'analyse plus approfondie des données a montré qu'une grande partie des femmes travaillaient à leur compte et hésitaient à utiliser leurs capacités pour devenir chefs d'entreprise, ne sachant trop comment s'y prendre. Seulement 6,7 pour 100 des inscrits étaient des femmes qui avaient l'intention d'engager des employés. Il fallait donc manifestement accroître le nombre de femmes fondatrices de petites entreprises et les encourager à transformer leur entreprise individuelle en une compagnie qui embauche d'autres personnes.

Il existait à cette époque beaucoup de programmes éducatifs destinés aux propriétaires d'entreprise existants et potentiels. Cependant, tous ces programmes traditionnels, orientés vers le secteur privé et le secteur public, visaient un public masculin. Il a été démontré que le cadre de ces programmes effrayait certaines femmes et qu'il n'y était pas question des réalités que confrontent les femmes qui envisageaient de devenir propriétaires d'entreprise.

L'examen des programmes de la Direction des petites entreprises en 1984 a montré que le nombre accru de femmes propriétaires d'entreprise leur permettrait d'améliorer leur condition économique tout en consolidant le secteur des petites entreprises. Simultanément, la Direction générale de la condition féminine étudiait tous les programmes du gouvernement de l'Ontario afin de trouver des moyens de rendre les femmes plus indépendantes des secteurs d'emploi traditionnels.

En effectuant cette recherche, la Direction générale de la condition féminine a constaté le besoin d'élaborer un programme d'aide particulier pour les femmes qui possèdent déjà leur propre entreprise ou qui envisagent d'en créer une. Le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie s'est alors chargé de l'élaborer et de le mettre en oeuvre.

STRATÉGIE

Pour définir la stratégie du programme, le ministère a eu de longues discussions informelles avec des femmes extérieures au gouvernement, que ce soit des représentantes d'associations de femmes, des conseillères auprès des petites entreprises ou des entrepreneurs. Ce processus de consultation a permis de définir le rôle de l'action gouvernementale et de faire ressortir un certain nombre d'idées.

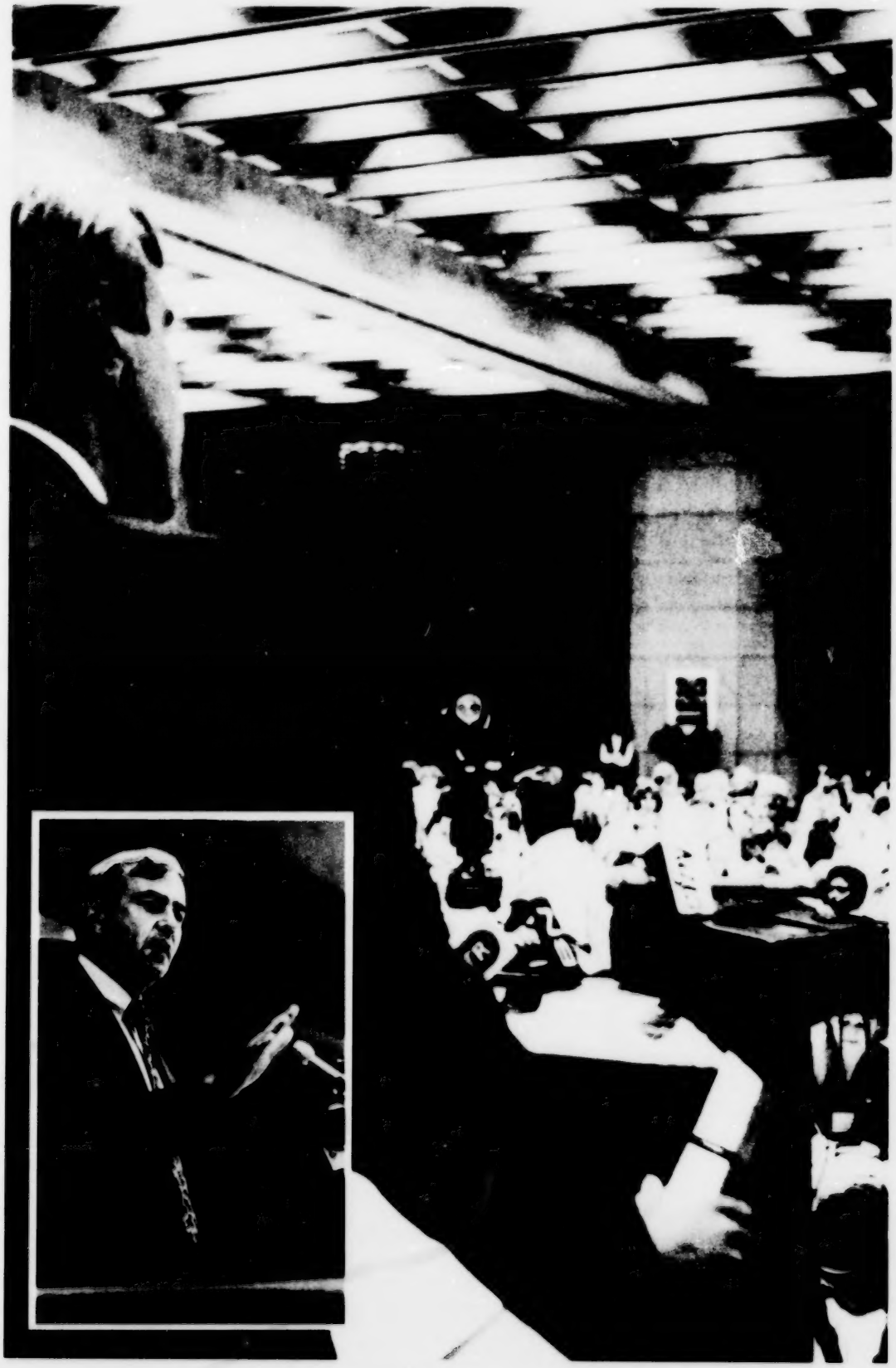
- De l'avis général, l'octroi de quelques subventions gouvernementales ici et là ne ferait qu'isoler les femmes chefs d'entreprise.
- Nul ne saurait contester l'importance du gouvernement au niveau de l'information et le rôle décisif qu'il joue pour mettre en contact propriétaires d'entreprise et experts-conseils.
- Il a été suggéré que le gouvernement agisse de concert avec les organisations de femmes pour offrir l'aide nécessaire et dispenser une formation pratique en affaires aux femmes propriétaires d'entreprise.
- Le gouvernement pourrait intervenir pour faciliter l'obtention de capital-risque, surtout pour les entreprises non manufacturières.
- De nombreuses femmes percevaient une attitude négative chez les banquiers et dans leurs relations d'affaires, avec les fournisseurs d'équipement par exemple, face à leur entreprise.
- Peu de jeunes femmes pensaient devenir propriétaires d'entreprise sur le plan professionnel.

PLAN D'ACTION

C'est à la suite de ces rencontres que le ministère a créé le programme pour les femmes propriétaires d'entreprise, qui comprend quatre principaux éléments.

1. Les conférences sur les femmes propriétaires d'entreprise

Cette série de conférences, organisée dans quelques villes ontariennes, avait plusieurs objectifs : attirer l'attention sur l'entreprenariat comme carrière professionnelle pour les femmes, offrir une formation particulière en administration des affaires, créer des organisations locales d'aide aux femmes chefs d'entreprise ou soutenir celles qui existent déjà.



Le premier ministre, David Peterson, était l'un des conférenciers de marque à la conférence sur les femmes propriétaires d'entreprise qui s'est tenue à Toronto en 1986. Ses remarques encourageantes sur la contribution possible des femmes entrepreneurs à l'économie ontarienne ont été accueillies avec enthousiasme.

Pour organiser et financer ces conférences, on a constitué un fonds d'encouragement et fait appel aux groupes locaux de London, d'Ottawa, de Sudbury, de Thunder Bay et de Toronto. On a retenu les propositions de conférences qui :

- proposaient une vaste gamme d'ateliers pratiques sur les techniques d'administration des affaires;
- s'adressaient aussi bien aux femmes envisageant de monter leur entreprise ou l'ayant lancée depuis peu, c'est-à-dire depuis moins d'un an, qu'aux propriétaires d'entreprises bien établies;
- offraient des possibilités d'établissement de réseaux-contacts aux propriétaires d'entreprise actuels et potentiels;
- visaient un public représentatif de la province;
- sensibilisaient la collectivité à la contribution des femmes propriétaires d'entreprise à l'économie;
- généraient des recettes provenant des droits d'inscription et du parrainage qui serviraient à financer les activités actuelles.

2. Séminaires spécialisés

Les séminaires sur la création de petites entreprises qui ont eu lieu dans plusieurs villes ontariennes avaient pour objet d'examiner certains problèmes que rencontrent les femmes de même que les différents points cruciaux auxquels font face tous ceux qui montent leur propre entreprise.

Tous ces séminaires gratuits avaient lieu le soir et bénéficiaient de l'appui d'un co-organisateur local, de préférence une organisation de femmes s'intéressant à l'entreprenariat chez les femmes, la chambre de commerce ou la bibliothèque publique. Grâce à la participation du co-organisateur, les femmes découvraient les ressources locales existantes.

Des conseillères et des femmes propriétaires d'entreprise étaient engagées pour présenter le contenu du séminaire, puis laissaient la parole à des femmes chefs d'entreprise de la région, venues parler de leurs expériences personnelles dans le milieu des affaires. Ces exposés étaient suivis d'échanges entre l'assistance et la tribune composée de conférenciers, de représentants du ministère et de co-organisateurs locaux. À la fin de la soirée, les participants :

- savaient mieux comment faire un plan d'entreprise, une enquête de marché, travailler avec des professionnels et aborder les établissements prêteurs;
- avaient entendu des chefs d'entreprise enthousiastes et encourageants qui connaissent les craintes et aspirations des femmes envisageant de devenir entrepreneur;
- avaient découvert l'éventail de services gouvernementaux offerts aux petites entreprises;
- avaient été présentés à un groupe local de gens d'affaires qui pourrait les aider à établir un réseau-contacts;
- avaient reçu des brochures du ministère pouvant intéresser tout chef d'entreprise potentiel.

La publicité locale pour ces séminaires se faisait par des affiches, des brochures, des reportages dans les media et grâce aux efforts du co-organisateur.

3. Promotion de l'esprit d'entreprise chez les femmes

La promotion de l'esprit d'entreprise chez les femmes constitue un élément distinct du programme parce qu'il est essentiel d'intéresser non seulement la population mais également chaque femme à la profession de chef d'entreprise.

Sans aller jusqu'à lancer une vaste campagne de publicité financée par les fonds publics, le ministère s'est fixé une perspective multidirectionnelle. Il a pris un certain nombre de mesures pour s'assurer que :

- les brochures de la Direction des petites entreprises utilisent une langue non sexiste et citent autant d'expériences d'hommes que de femmes;
- les femmes chefs d'entreprise participent au programme "Portes ouvertes" de la Direction générale de la condition féminine, dans le cadre duquel des femmes exerçant des métiers non traditionnels vont visiter les écoles lors de journées d'orientation organisées pour les élèves de 7e et de 8e année;
- tous les membres du personnel des 18 bureaux régionaux du ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie connaissent les objectifs du programme pour les femmes propriétaires d'entreprise et comprennent les besoins des femmes entrepreneurs de leur région.

Sydney Patterson est propriétaire de Jabberwocky à Kingston. Elle a participé à un atelier du soir en mars 1986, une ébauche de plan d'entreprise en poche. Grâce à l'aide du ministère, à ses recherches et à sa planification personnelles, elle est devenue propriétaire de ce remarquable magasin d'artisanat.

Une affiche et une brochure ont été créées spécialement pour annoncer la tenue de ces conférences et séminaires dans les différentes collectivités de la province et, dans la mesure du possible, des kiosques réservés au programme FPE ont été installés dans certaines foires commerciales afin de mieux faire connaître ses objectifs et son contenu.

Les fonctionnaires du ministère se sont également employés à répandre le message dans leurs entrevues avec les media, lors de conférences, de réunions-débats et d'autres activités communautaires.

4. Base de données sur les femmes entrepreneurs

Comme les données sur les femmes entrepreneurs sont rares, on a demandé à tous les participants de remplir une formule ministérielle qui permettrait par la suite de constituer une base de données.

Résultats de la première année

Conférences sur les femmes propriétaires d'entreprise

Dans les cinq villes ontariennes choisies, ce sont des organisations de femmes qui ont accueilli les grandes conférences pour les femmes entrepreneurs. Au total 1 500 femmes chefs d'entreprise expérimentées et potentielles ont participé à ces colloques passionnants.

Voici quelques-uns des conférenciers :

- Marilyn Brooks, l'une des plus grandes créatrices de mode canadiennes;
- Dian Cohen, présidente de Cohen, Couture Associates, cabinet de conjoncturistes et d'experts en communications;
- George A. Cohon, président et directeur général des Restaurants McDonald du Canada Limitée;
- Judy Erola, ancienne députée fédérale et plusieurs fois ministre;
- Karen Fraser, présidente de Women Like Me, maison publiant deux revues: Women's Business et Networking Directory;
- Linda Lundstrom, présidente de Linda Lundstrom Ltd., maison de création et de confection de vêtements;
- Marnie Keith-Murray, experte-conseil de Gerry Baker and Associates Ltd. qui fait autorité dans l'établissement de réseaux-contacts au Canada;
- Alasdair McKichan, président du Conseil canadien du commerce de détail;
- Suzanne Slattery, éducatrice et directrice de séminaires pour les entreprises, les organismes gouvernementaux et les organismes de santé;
- Harold Taylor, président de Time Management Consultants Inc.

Ont également participé aux conférences le premier ministre de l'Ontario, le ministre de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie, le ministre délégué à la Condition féminine et d'autres responsables gouvernementaux.

Ville	*Organisation-hôte*	*Assistance officielle*	*Droits d'inscription*
London	Women's Initiatives for Successful Entrepreneurship	153	Conférence 80 $
Sudbury	Comité des femmes entrepreneurs, un sous-comité du Business and Professional Women's Club de Sudbury	153	Conférence 80 $
Ottawa	Women's Business Network Association of Ottawa	398	Conférence 80 $ Souper-causerie 50 $
Thunder Bay	Women Business Owners Organization of Northwestern Ontario	98	Conférence 65 $
Toronto	Canadian Association of Women Executives and Entrepreneurs	607	Conférence 125 $ 1er jour 60 $ 2e jour 90 $

Marjorie Agnew et Beth Royle sont propriétaires de Main Course dans le nord de Toronto. Marjorie et Beth ont été à la conférence de Toronto. Elles ont apprécié l'occasion qui leur a été donnée d'élargir leurs connaissances et de discuter de leurs expériences avec d'autres femmes d'affaires qui ont réussi.

On ne mesure pas uniquement le succès de ces activitiés par les recettes qu'elles ont dégagées pour les organisations locales. Ce que les participants ont à dire est aussi très révélateur.

D'une participante à la conférence de Sudbury : *Nous (les propriétaires d'une petite entreprise) travaillons beaucoup sans que nos efforts soient toujours récompensés. Le fait de pouvoir rencontrer nos semblables et de discuter d'idées et de problèmes communs nous permet parfois de trouver les solutions nécessaires et à coup sûr apporte un vent nouveau qui nous stimule et renforce nos efforts.*

D'une participante à la conférence de London : *Les conférenciers étaient passionnants, les ateliers instructifs et la conférence très bien organisée et très appréciée.*

D'une participante à la conférence d'Ottawa : *En établissant des contacts avec d'autres propriétaires d'entreprise, j'ai pu par la suite remplir cinq contrats.*

D'une participante à la conférence de Toronto : *Parfaitement organisée... formatrice ... bon échantillonnage de sujets.*

Ces conférences ont non seulement porté des fruits immédiats mais également produit d'autres résultats à plus long terme qu'il ne faudrait pas négliger. La préparation de chaque conférence a toujours débouché sur la formation ou le renforcement d'un groupe de femmes actif et uni. En outre, l'assistance a montré beaucoup d'enthousiasme pour d'autres activités. L'étude des réponses fournies aux questionnaires a permis de déterminer le genre d'activités et de services qui intéresserait les participants, une fois les conférences terminées.

Les activités suivantes ont été organisées directement à la suite des conférences :

- À London, une série de séminaires d'une journée pour les propriétaires de petites entreprises portant sur la commercialisation, les finances et la comptabilité ainsi que l'élaboration d'un plan d'entreprise.
- À Sudbury, la conférence "Never Follow the Crowd" sur le secret d'une commercialisation, d'une vente et d'une motivation couronnées de succès.
- À Ottawa, le séminaire "Marketing People Power" sur la gestion du personnel.
- Dans le Nord-Ouest de l'Ontario, des séminaires pour les femmes propriétaires d'entreprise potentielles, organisés en soirée.
- À Toronto, la publication d'un bulletin périodique avec des articles de fond sur les gens, les activités, les problèmes et des conseils pour les femmes cadres et chefs d'entreprise.

Séminaires sur les femmes propriétaires d'entreprise ou comment monter une petite entreprise

Près de 2 000 femmes ont participé aux 21 séminaires, qui se sont déroulés du 28 octobre 1985 (Sarnia) au 2 décembre 1986 (Waterloo).

Lors de ces séminaires, on pouvait en général distinguer quatre catégories de participants. Le premier groupe se composait de femmes qui avaient déjà envisagé de monter leur propre affaire et cherchaient à en savoir plus sur la façon d'effectuer les recherches préliminaires et de préparer un plan d'entreprise. Le deuxième groupe comprenait des femmes qui étaient sur le point de se lancer et cherchaient des conseils de dernière minute et des relations de travail. Le troisième groupe réunissait des femmes qui avaient déjà leur propre entreprise, voulaient trouver une confirmation de leurs idées et élargir leurs horizons. Le dernier groupe, très petit, se composait d'hommes, qui étaient venus pour les raisons dont nous avons parlé plus haut ou qui accompagnaient leurs partenaires commerciaux éventuels.

Les femmes chefs d'entreprise locales invitées aux séminaires n'étaient pas nécessairement des conférencières accomplies, mais leur enthousiasme et leur motivation typiques leur gagnaient toujours la faveur de l'assistance. Elles offraient généreusement conseils et appui aux femmes entrepreneurs.

Les media locaux ont suivi avec beaucoup d'attention les séminaires et il n'était pas rare, une fois un séminaire terminé, qu'on puisse lire des articles sur l'intérêt que suscitait l'entreprenariat chez les femmes de la région.

Michelle Trudeau est propriétaire d'une entreprise franchiseuse, The Frame Maker de North Bay. Elle est venue à la conférence de Sudbury où elle a pu échanger des idées avec les autres participants. Elle déclare en être ressortie "avec des idées neuves".

L'AN DEUX, EN BREF

Les activités du programme pour les femmes propriétaires d'entreprise prévues pour la deuxième année ont été conçues en vue de prolonger le soutien dont ont bénéficié les nombreux services et activités organisés lors de la première année d'application du programme, de soutenir l'intérêt qu'il a suscité et la prise de conscience qui s'est produite. En outre, le programme visera certaines régions ontariennes qui n'ont pas été touchées au cours de la première année.

Pour élargir sa base régionale, le ministère de l'Industrie, du Commerce et de la Technologie a co-organisé des conférences dans deux autres villes en 1987. La première, qui a été patronnée au niveau local par le Limestone Club Business and Professional Communicators, s'est tenue à Kingston les 23 et 24 avril et a attiré 196 personnes. La deuxième, qui s'est déroulée à Sault Ste. Marie les 22, 23 et 24 mai et comptait 160 participants, avait comme organisateur local le Women on the Move, Algoma Networking, Inc. En outre, on a augmenté le nombre de séminaires pour s'assurer que toutes les femmes ontariennes puissent avoir accès au programme.

Puisque sept organisations participent maintenant au programme pour les femmes propriétaires d'entreprise, l'un des principaux éléments de la stratégie pour l'an deux est de resserrer les liens entre les différents membres de ce réseau ontarien, question qui fera l'objet d'un examen approfondi allié à des mesures concrètes.

L'augmentation des participants au programme et des activités s'accompagne du développement de la base de données du ministère sur les femmes chefs d'entreprise, offrant ainsi une source d'information fiable. Le ministère a l'intention de se servir de cette base de données pour préparer et mener une étude sur les comportements, les questions et les besoins de ressources des femmes entrepreneurs au cours de cette étape du programme.

Depuis sa création, ce programme a eu pour objet d'accroître les débouchés et possibilités de croissance des entreprises créées par des femmes. Dorénavant, le programme visera avant tout à preciser, mais non à changer, le rôle du ministère afin de minimiser les risques et favoriser le succès des femmes propriétaires d'entreprises.